



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Analisis bauran pemasaran 4P (Product, Price, Place, Promotion) berdasarkan variable kepuasan pelanggan di Corporate The Big Price Cut Group
IBNU WANANDI, Ibnu Wahid Fakhrudin Aziz, STP., MT.

Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

LAPORAN TUGAS AKHIR

ANALISIS BAURAN PEMASARAN 4P (*Product, Price, Place, Promotion*)

BERDASARKAN VARIABLE KEPUASAN PELANGGAN DI

CORPORATE THE BIG PRICE CUT GROUP



Disusun oleh:

IBNU WANANDI

2013/350940/SV/04010

PROGRAM STUDI DIPLOMA III AGROINDUSTRI

DEPARTEMEN TEKNOLOGI HAYATI DAN VETERINER

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS GADJAH MADA

YOGYAKARTA

2017